

Hoe worden gemeenten ‘Social Cities’?

Door: Jacobine de Zwaan

In Mumbai hebben bewoners van de sloppenwijken weliswaar kiesrecht, maar het ontbreekt hen aan de mogelijkheid om hun stem te laten horen. ‘A vote but no voice’ is hier het gevolg van een ‘lack of compassion’ met de arme bevolking. In Nederland is van een ‘lack of compassion’ niet, of in mindere mate, sprake. Toch hebben ook Nederlanders vaak het gevoel niet gehoord te worden door de overheid. In de lokale politiek uit zich dit in lage opkomstpercentages bij de gemeenteraadsverkiezingen. Want waarom zou je gaan stemmen als er toch niet wordt geluisterd?

In gemeenten treden diverse complicaties op als slechts de helft van de inwoners gaan stemmen en/of niet worden gehoord:

- (i) Als opkomstpercentages laag zijn, is en voelt een groot deel van de bevolking zich niet vertegenwoordigd. Democratisch gezien is dit een manco. Het tast de legitimiteit van het bestuur aan;
- (ii) Normaliter verkleint afstemming en interactie tussen de gemeente en haar inwoners de kloof tussen (beleids)plannen en praktijk. Bij een gebrek hieraan ontstaat het risico dat de gemeenten in de uitvoering onvoldoende effectief zijn. Een voorbeeld: de overheid wil dat ‘burgers verantwoordelijkheid gaan nemen voor hun eigen omgeving’¹. Een dialoog over behoeften, ideeën en handvatten tussen de (lokale) overheid en haar inwoners is dan geen overbodige luxe.

De ongekende mogelijkheden van de online wereld biedt ruimte om een forse democratiseringsslag te maken. Om het tij te keren moet de ‘online’ aanwezigheid van inwoners van een gemeente worden benut. Inwoners zijn bereid om te praten. Kijk maar naar de online interactie van diezelfde inwoner met vrienden, bedrijven, evenementen en initiatieven.

Hoe geef je mensen een stem? Hoe zorg je ervoor dat slogans als ‘jouw stem telt’ niet eens in de vier jaar, maar altijd gelden? Hoe transformeert de gemeente zich in een *Social City* waar dialoog, connectiviteit, interactie en democratie hand in hand gaan?

¹ Troonrede (17 september 2013).

Dit hoofdstuk gaat over de vraag hoe de gemeente een *Social City* kan worden. Aan de hand van een stappenplan worden voorbeelden gegeven van activiteiten die een gemeente kan ondernemen om zowel de 'vote' als de 'voice' van inwoners te benutten.

Hoe worden gemeenten *social cities*?

Om interactie, kennisuitwisseling en inspraak optimaal in te zetten, en ervaringen en meningen te duiden, zullen de gemeente en haar inwoners elkaar beter moeten leren kennen. Om die reden doen gemeenten er goed aan te stoppen met zenden, en te starten met de dialoog. Maar hoe doe je dat?

Start allereerst steeds met een helder doel voor ogen. Zo moet elke dialoog een tweeledige boodschap bevatten:

- Wat houdt de inwoner bezig, wat is relevante inhoud?; en
- Wat wil de gemeente met de boodschap bereiken? Wat is het doel? Tot welke actie moet de boodschap aanzetten?

Voor het starten van de dialoog is er geen standaardrecept om burgers te activeren voor een online community². Er zijn echter wel belangrijke richtlijnen waar gemeenten rekening mee moeten houden in de online activatie van inwoners. Denk bijvoorbeeld aan interne (besluitvormings)processen waardoor de gemeente kan openstaan voor de inbreng van derden. Hieronder worden drie randvoorwaarden in het bijzonder uitgelicht: het belang van (i) profielen; (ii) interactie & invloed; en (iii) fasering.

Profielen

Het is van belang dat elke gemeente onderzoek doet naar het aanwezige potentieel om met inwoners in gesprek te gaan. Daarom is het bij de ontwikkeling van een community belangrijk om de doelgroepen in beeld te hebben. Wie wil je bereiken? Vanwege de diversiteit van stedelingen heb je vaak te maken met verschillende hobby's, behoeften en expertises. Om hier optimaal voordeel uit te behalen, moeten de doelgroepen een specifiek gezicht en een naam krijgen. Dit zijn zogenaamde profielen. Elk profiel vertegenwoordigt een doelgroep waarvan onder andere de interessegebieden

² "Een online community is een virtuele plek waar mensen met gemeenschappelijke kenmerken op vaste basis bij elkaar komen, om elkaar direct of indirect te helpen in het verwezenlijken van doelen, verwachtingen en activiteiten door middel van het delen van informatie en ideeën, waarmee zij bijdragen aan het duurzaam ontwikkelen van een gemeenschap". Bron: <http://www.frankwatching.com/archive/2008/03/03/hoe-start-ik-een-online-community/>

gedetailleerd zijn beschreven. Ook moet worden achterhaald wat zijn/haar perceptie is ten opzichte van de gemeente. Elk profiel zal uiteindelijk zijn eigen invalshoek hebben, wanneer de dialoog wordt gestart.

Interactie & invloed

Een dialoog is pas echt effectief wanneer het als middel, en niet als doel wordt ingezet. Interacteren om het interacteren (of kwebbelen om het kwebbelen) is niet wenselijk. Naast het gezamenlijk toewerken naar resultaten, is er een kritische succesfactor om de dialoog succesvol op gang te brengen en gaande te houden: naast interactie moet de mate van invloed die de burger op de (lokale) politiek heeft, omhoog. Zonder wederkerigheid en (het uitzicht op) inspraak zullen mensen naar verwachting afhaken. Immers, als de gemeente (i) inwoners aan zich wil binden; en (ii) wil dat burgers meer in de samenleving participeren, is het aan te bevelen de inwoners ook te laten deelnemen aan het politieke proces. Tegelijkertijd geldt dit ook andersom: zonder aandacht voor connectiviteit zullen online initiatieven gericht op politieke en bestuurlijke besluitvormingsprocessen naar verwachting enkel door *usual suspects* worden omarmd.

Fasering

Een gemeente kan niet in één keer transformeren in een *Social City*. Hier gaat een stappenplan, of 'roadmap', aan vooraf. In de *roadmap* (zie figuur) wordt aan de hand van initiatieven toegewerkt naar een doel, vaak een ideale situatie die over een langere periode behaald kan worden. Hierdoor is het makkelijker om burgers mee te nemen in de veranderende rol van de (lokale)overheid en de roep naar zelfredzaamheid. In de *roadmap* voor gemeenten zijn drie fases te onderscheiden:

Fase 1. Kennismaken

Fase 2. Samen exploreren

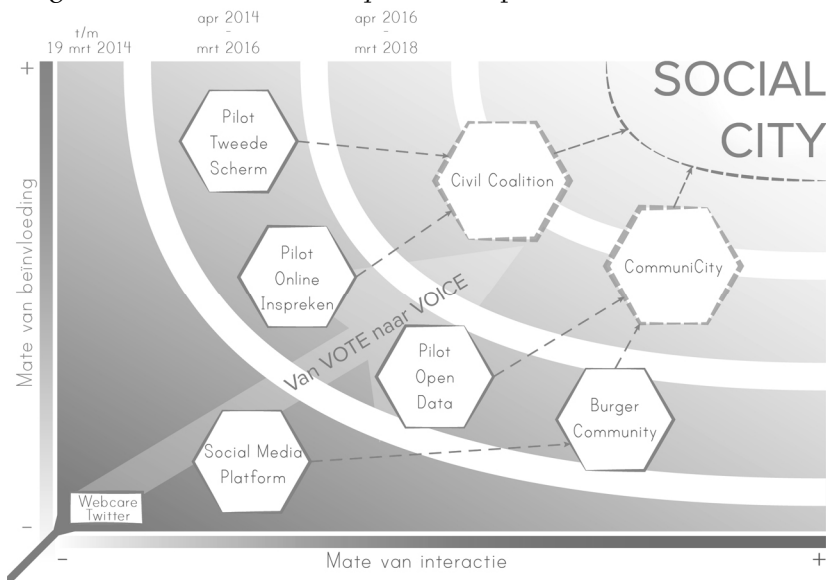
Fase 3. Samen aan verbetering werken

In de volgende paragraaf worden de fases toegelicht. Tevens worden enkele initiatieven geschetst die binnen de fases passen.

Wat voor initiatieven kan een gemeente opzetten?

De weg naar de *Social City* is geen standaardroute. Het initiatief zal bij de ene gemeente meer effect hebben dan bij de andere. Bovendien is het verschil tussen gemeenten groot wat betreft de behoeften en

achtergrond van de inwoners. Deze paragraaf geeft enkele ideeën weer die gemeenten in hun *roadmap* kunnen opnemen.



Figuur 17: Roadmap van initiatieven met als doel een *Social City* te worden

Fase I. Kennismaken

In deze fase krijgen de gemeente en haar inwoners de mogelijkheid elkaar (op informele wijze) beter te leren kennen, en daardoor te vertrouwen. Hoewel veel gemeenten actief zijn op sociale media bieden slechts enkele gemeenten een programma dat aansluit op de doelgroepen en waar inzichten uit de interactie worden opgehaald. Er is nog meer uit te halen uit deze vorm van online dialoog!

Social Media Platform

De dialoog op het social media platform dient als *warming-up* waar de gemeente en de inwoners kennis maken en elkaar aftasten. Het programma³ en de activiteiten op het Social Media Platform betreffen burgerpanel-achtige vragen, polls, servicevragen, tips e.d. Deze berichten hebben een functionele of inspirerende invalshoek.

³ Het programma dient als rode draad waar de inhoudelijke thema's en (visuele) content wordt weergegeven.

Fase 2. Samen exploreren

In deze fase staat het samen signaleren, ontdekken en ideeën uitwisselen centraal. Door te werken met actuele en concrete casussen, kan de gemeente gemakkelijk inzichtelijk maken en motiveren waarom bijdragen van inwoners wel/niet worden overgenomen. Zo kan de gemeente laten zien dat zij openstaat voor de inbreng van hun inwoners.

Pilot Open Data

In de Pilot Open Data wordt data met betrekking tot een bepaald (beleids)probleem aan derden ter beschikking gesteld. Iedereen kan hier input op leveren. Veel partijen zijn al gestart met dergelijke Open Data initiatieven. Het is daarbij van groot belang dat dit soort initiatieven als onderdeel van een traject - in dit geval de totstandkoming van de *Social City* - worden benaderd.

Pilot Online Inspreken

In een tijdperk van plaats- en tijd-onafhankelijk werken, is de wijze waarop burgers input kunnen leveren tijdens commissievergaderingen nogal omslachtig te noemen.⁴ Een Pilot Online Inspreken zou hiervoor een oplossing kunnen zijn. Hierbij kan worden gedacht aan de mogelijkheid om korte filmpjes in te zetten waarop de burger kan inspreken. Zijn/haar commentaar wordt vervolgens meegezonden met de vergaderstukken. Raadsleden kunnen zich op die manier beter voorbereiden en een reactie geven op de inbreng van de burger. Een andere optie is het werken met webcams, zodat plaats-onafhankelijk contact kan plaatsvinden.

Pilot Tweede Scherm

Tijdens verkiezingsdebatten, of tijdens televisieprogramma's als Knevel en Van den Brink, wordt gewerkt met het Tweede Scherm, een online platform waar kijkers mee mogen stemmen en discussiëren. Waarom zou dit niet tijdens raads- en commissievergaderingen kunnen? Met behulp van stellingen, stemmingen en vragen kunnen niet alleen de

⁴ Procedure voor inspreken van commissievergaderingen van de gemeente Amsterdam: *“Burgers kunnen zich tot 24 uur voor de commissievergadering aanmelden voor dit onderdeel. Burgers kunnen zich per mail of telefonisch aanmelden. Het moet dan gaan over een onderwerp dat tot het aandachtsgebied van de commissie behoort, maar waar geen inhoudelijk punt van op de agenda staat.”* Bron: https://www.amsterdam.nl/gemeente/gemeenteraad/contact/contactformulieren/aanmelde_n_om_in_te/

politiek assistenten en de bestuursadviseurs, maar ook de burgers tijdens vergaderingen de discussie voeden.

Burger Community

In de Burger Community is de focus verbreed ten opzichte van het Social Media Platform. Het is een zelfstandig platform met functionaliteiten als stapsgewijze brainstormmodules en analyse-instrumenten. Het gaat nog steeds om tweerichtingsverkeer tussen de gemeente en haar inwoners, maar nu ook tussen inwoners onderling. Activatie wordt gestimuleerd door inwoners bijvoorbeeld servicevragen van andere inwoners te laten beantwoorden. In de Burger Community worden vragen van inwoners gebundeld zodat tevens aan kennisopbouw wordt gedaan. In de community is bovendien ook ruimte voor *'storytelling'*, waarbij inzichten worden opgehaald aan de hand van de informele verhalen van inwoners. In het bedrijfsleven wordt deze werkwijze al sinds enige jaren succesvol toegepast.

Fase 3. Samen aan verbetering werken

Fase 3 gaat verder waar fase 1 en 2 zijn geëindigd. We hebben kennis gemaakt en samen ontdekt. Nu is het tijd om samen te werken aan verbetering wat leidt tot wederzijds begrip en een loyalere verstandhouding.

Civil Coalition

De *Civil Coalition* kan worden gezien als een coalitie van inwoners waar ideeën voor het politieke systeem worden gedeeld en opgehaald. Het is een platform waar de pilots Online Inspreken en Tweede Scherm zijn geïntegreerd en verbeterd naar aanleiding van analyse. Ook andere mogelijkheden (burgerinitiatief, petitie e.d.) om als inwoner invloed uit te oefenen op de politiek zijn geïntegreerd. Mogelijkheden voor inwoners zijn uitgebreid. Denk bijvoorbeeld aan: commentaar leveren op agendastukken; vragen van raadsleden beantwoorden, ideeën voor werkbezoeken indienen, stemmen op argumenten van inwoners etc. Overigens kunnen niet alleen inwoners, maar ook instellingen input leveren. Een van de baten hiervan is dat lobbypraktijken transparant worden.

⁵ Zie bijvoorbeeld www.teamtopzorg.nl/ & www.community.eneco.be/

CommuniCity

Net als de *Civil Coalition*, is de *CommuniCity* een volwassen versie van de Burger Community. De Open Data Pilot en andere dialoog-initiatieven zijn in het platform geïntegreerd. Hier gaan inwoners niet alleen in dialoog met de gemeente, maar ook met mede-stadsgenoten en instellingen. Het is een netwerk waar vraag en aanbod (zowel online als offline) samenkomt. Ideeën worden 360 graden getest, gevalideerd en/of verrijkt.

Op den duur zullen de *City Coalition* en de *CommuniCity* vergroeien tot het netwerk van de *Social City*. In de *Social City* voelen inwoners zich verbonden en identificeren zij zich met de stad. In de *Social City* hebben mensen handvatten gekregen om hun stem optimaal in te zetten. De gemeente acteert als spin in het web omdat zij is opgenomen in het netwerk van inwoners. Het web creëert draadjes/linkjes tussen inwoners en organisaties die elkaar vervolgens kunnen vinden. De stad heeft een gezicht gekregen en geldt als het hart van de besluitvorming. De politiek luistert en (h)erkent de behoeften van haar inwoners, en neemt op basis van alle verkregen input de uiteindelijke beslissing.

Tot slot

Sociale duurzaamheid begint met gelijkheid, democratie en dialoog. Op dit moment blijven het de *usual suspects* die hun weg naar de stadhuizen weten te vinden. Met de ongekende mogelijkheid aan laagdrempelige communicatietechnologieën van tegenwoordig moet hierin snel verandering komen.

Immers, een situatie waarbij slechts de helft van de stemgerechtigde bevolking gaat stemmen, is niet wenselijk. Het zal ons economisch herstel en de doe-het-zelf democratie niet bevorderen. Als Nederland weer succesvol wil worden, moeten we de wensen van de straat verbinden met de politiek. Online dialoog is de troef voor gemeenten om met inwoners een vertrouwensrelatie te bouwen en aan consensus te werken.

‘*A city above all belongs to its citizens*’, een mooie quote van Gunduz Vassaf waarbij hij pleit voor een handvest voor steden.⁶ Deze quote zou artikel 1 van het handvest van de *Social City* kunnen zijn. Durft uw gemeente een dergelijk handvest aan?

⁶ www.youtube.com, Gunduz Vassaf, The Voice of Istanbul, november 2009.



Jacobine (1981) is bestuurs- en organisatiekundige. Bij de gemeente Amsterdam heeft ze vijf jaar ervaring opgedaan in de thema's (sociale en fysieke) veiligheid, bestuurlijke besluitvorming en integraal stedenmanagement.

Vervolgens is Jacobine aan de slag gegaan bij Favela Fabric. Hier adviseert en ondersteunt zij klanten in de ontwikkeling en uitrol van social business strategieën.

LinkedIn: nl.linkedin.com/in/Jacobinedezwaan

Twitter: @jacobinez